

MASTER IN COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA

**COSTRUIRE UNA SUPERSTAR:
JOHN BROCKMAN E LA
RIVOLUZIONE DELL'EDITORIA
SCIENTIFICA**

Tesi di:

Doriana Rodino

Relatore:

Luigi Civalleri

Febbraio 2009

*Ad Andrea,
che mi ha fatto rinascere*

Indice

Introduzione	pag. 9
Capitolo 1 – Il mercato editoriale in Italia	pag. 11
1. Un prodotto atipico	pag. 12
2. Il mercato italiano	pag. 12
3. L'organizzazione della filiera	pag. 14
4. L'autore	pag. 15
5. Il diritto d'autore	pag. 16
6. I contratti editoriali	pag. 17
Capitolo 2 – La figura dell'agente letterario	pag. 19
1. L'agente letterario	pag. 20
2. Erich Linder	pag. 21
Capitolo 3 – Il caso Brockman	pag. 25
1. John Brockman	pag. 26
2. Gli inizi	pag. 26
3. John diventa agente letterario	pag. 28
4. Edge e la terza cultura	pag. 30
5. Digerati	pag. 32
6. La scienza al top	pag. 34
7. La domanda dell'anno	pag. 35
8. Rivoluzione ecologica	pag. 36
Capitolo 4 – Esportare lo stile Brockman? Italia e Spagna	pag. 39
1. È la scienza bellezza!	pag. 40
2. La Spagna	pag. 41
Conclusioni. È davvero merito suo?	pag. 44
Appendici	pag. 47
A. Tabella Aie	pag. 48
B. Un invito a un party Brockman	pag. 49
C. Le domande che non gli ho fatto, le risposte che non mi ha dato	pag. 51
Fonti e sitografia	pag. 57
Ringraziamenti	pag. 59

Introduzione

Uno dei modi di comunicare passa attraverso la lettura dei libri ma per comunicare la scienza questa metodologia si è spesso rivelata difficile a causa della presenza di testi molto specifici, normalmente scritti da accademici e rivolti a un pubblico molto interessato se non addirittura già specializzato nella particolare area di riferimento. Molte case editrici sono nate infatti come costole di università o istituti privati e pubblicano libri dedicati a chi lavora nell'ambiente.

La richiesta di materiale di più facile comprensione, dedicato a chi alla scienza si vuole avvicinare o ha solo poche e vaghe idee, come i ricordi di scuola, ha fatto sì che nascessero collane dedicate alla divulgazione. In Italia gli esempi classici riguardano Bollati Boringhieri che con la collana Universale ha fatto storia, oppure la serie Scienza della Piccola Biblioteca Einaudi e così via; quasi ogni casa editrice si è creata il posto per la scienza da raccontare, da divulgare, sotto forma di saggio.

Il pubblico ha recepito questa forma di comunicazione e ne ha dichiarato il successo acquistando i titoli pubblicati, creando così un nuovo segmento nel mercato che potrebbe essere indicato con il generico nome di saggistica scientifica.

La produzione che osserviamo in Italia tuttavia, eccettuata la collana Scienza e Idee di Raffaello Cortina, Galàpagos di Sironi Editore, e forse la nuova Chiavi di lettura di Zanichelli, contiene essenzialmente traduzioni di autori stranieri: ne è un esempio anche Codice.

Allora quasi tutto quello che sappiamo di scienza arriva dall'estero? Nell'ambiente della ricerca è spesso così. Ma anche in ambito divulgativo, molto di quello che abbiamo e che è stato fatto deriva da letture di libri scritti all'estero e poi tradotti in italiano.

Il fatto che la saggistica scientifica oggi esista e funzioni potrebbe essere dovuto solo alla naturale tendenza dell'uomo a conoscere, a scoprire, alla sua innata curiosità. Ma potrebbe anche essere accaduto che questa naturale curiosità sia stata stimolata da quanto accade lontano, dalle azioni di chi nella scienza ha visto un semplice settore editoriale, un argomento da trattare come l'arte, il cinema o i romanzi.

E dato che per pubblicare un libro all'estero è d'obbligo avere un agente letterario che prenda i contatti con l'editore, che vada a proporre e soprattutto a promuovere il progetto di un libro, allora forse qualcosa di quanto abbiamo oggi in libreria (e non solo) è nato anche grazie alle cure di un agente.

In questo lavoro analizzerò la figura dell'agente letterario attraverso il caso specifico dell'americano John Brockman, fondatore di un'agenzia che tratta quasi esclusivamente libri di argomenti scientifici. Partendo da un'analisi dell'attuale situazione del mercato editoriale italiano, esaminerò poi la nascita del mestiere di agente letterario. Passerò quindi alla biografia di John Brockman, che

a mio parere è assolutamente rilevante per comprendere le sue scelte professionali, per concludere con alcune osservazioni di come e quanto la sua attività abbia influenzato l'ambiente culturale, non solo americano, determinando la nascita di eventi legati alla scienza o essendone anche solo lontanamente l'ispiratore.

Questa tesi era stata progettata in modo da contenere quanto finora illustrato frammisto a un'intervista a John Brockman, che purtroppo non è stata realizzata a seguito dei suoi innumerevoli impegni e della crisi che ha investito il mercato americano. Brockman non ha quindi trovato il tempo di rispondere alle domande che speravo di porgli e che ho comunque deciso di riportare in appendice. Ho anche inserito le risposte che non mi ha dato, perché dopo aver tanto letto di lui credo di non scostarmi molto da quello che avrebbe potuto dirmi; naturalmente non ho la pretesa né la supponenza di sostituirmi a un simile personaggio: “quasi” ogni riferimento a cose e persone reali è assolutamente casuale.

Capitolo 1

Il mercato editoriale in Italia

1. Un prodotto atipico

Il viaggio che deve compiere un libro per essere definito come tale, e quindi un'entità concreta, parte da molto lontano, dal pensiero generato nella mente di una persona: da un'idea, intesa nel senso platonico di concetto e forma.

Il pensiero deve prendere la forma della scrittura, le dimensioni adatte alla stampa e alla rilegatura e un peso che la renda trasportabile. Ecco che, dotato di corpo inizia a vivere al di fuori della mente di chi lo ha generato. Come un qualunque essere vivente si diffonde sul pianeta, prima lentamente nella zona di nascita, poi sempre più velocemente, se le condizioni ambientali sono favorevoli, riesce a raggiungere un numero di persone che può essere enorme.

C'è in natura una tipologia di organismi che si comportano in modo simile: sono i virus. Si originano in zone ben precise e trovato l'ospite adatto si diffondono più o meno rapidamente a seconda di diversi parametri.

Se l'idea divenuta libro è un virus allora il suo ospite non può che essere l'uomo, ma una sottospecie particolare di *Homo sapiens*: l'uomo lettore, categoria che ahimè sembra essere in estinzione, insieme a molti altri esseri viventi in quella che alcuni biologi definiscono la sesta estinzione di massa nella storia del pianeta.



2. Il mercato italiano

I dati presentati dall'Associazione italiana editori (per un'analisi completa si veda l'appendice A e [2]) nel corso della Frankfurt *Buchmesse* nell'ottobre 2008 confermano un trend negativo per il mercato editoriale italiano, in linea con quello che accade negli altri paesi europei e non solo, in conseguenza della crisi economica che ha investito il mondo occidentale. A fronte di oltre 60.000 titoli librari prodotti, solo il 43% degli italiani, ventiquattro milioni di persone, dichiara di aver letto un libro in un anno (escludendo dalla statistica i titoli scolastici), mentre solo 3,2 milioni arrivano a uno al mese. I dati sono in leggero calo (circa dell'1%) rispetto all'anno precedente. Il tutto a fronte di un mercato non certo povero di titoli di cui il 62% sono novità.

I dati delle maggiori società di analisi statistiche (Istat, Ipsos e Nielsen) hanno rilevato che, dopo un periodo di crescita dal 1999 al 2006, nel 2007 è iniziata la recessione di un mercato, quello italiano, che rispetto all'Europa ha caratteristiche peculiari che riguardano anche la geografia del Paese.



I lettori più forti si trovano al Nord (51,4%) mentre il Sud vede leggere solo il 31,6% della popolazione. Il picco al Nord lo fa registrare il Trentino Alto Adige con il 55%, seguito dalla Lombardia (53,3%) e così calando si giunge ai valori del 30,2% della Campania, 29,1% della Calabria e 28,9% della Puglia. Tornando a una visione generale risulta che quasi la metà dei lettori non legge più di tre libri all'anno e solo il 13,3% ne legge uno al mese. Tuttavia è confortante sapere che i lettori più forti sono rappresentati nelle fasce giovanili nonostante l'ampia diffusione di altri mezzi di comunicazione come internet e cellulari [3]. Le donne infine si dimostrano lettrici più

forti con il 48,9 % rispetto al 37% degli uomini.

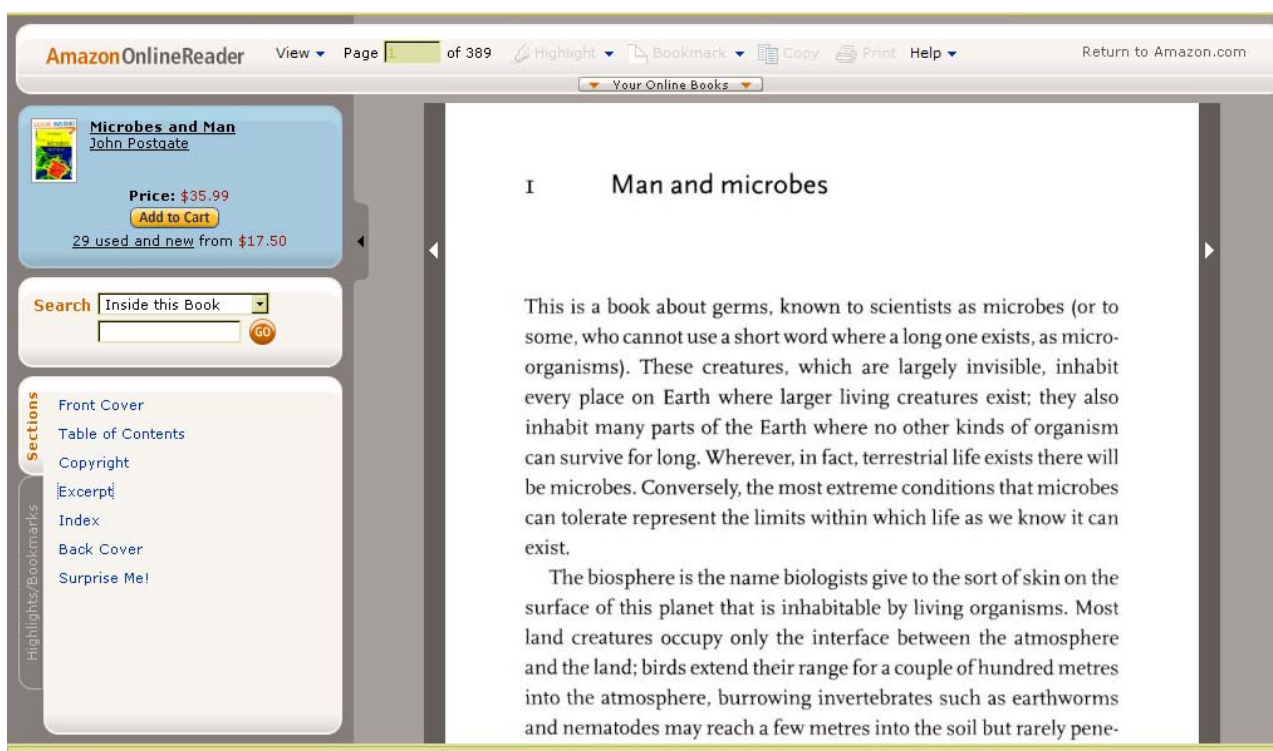
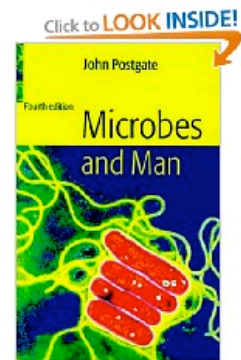
La diffusione del prodotto librario segue varie strade: oltre alle classiche librerie si trovano libri allegati ai quotidiani, fenomeno iniziato nel 2002 quando in edicola vennero vendute circa 44 milioni di copie, salite a 62,1 nel 2003, a 75,5 nel 2004, fino al picco di 80 milioni nel 2005. La discesa inizia nel 2006 con meno di 60 milioni di copie vendute: lo scorso anno si è verificato un ulteriore decremento del 24,4% portando le copie a 45,5 milioni.

Si è osservato invece un fenomeno di crescita nella distribuzione attraverso le catene librerie, nate in sordina e oggi presenti nei centri commerciali, negli aeroporti e presto anche nelle stazioni ferroviarie. Sulle duemila librerie presenti nel territorio italiano il 35,1% dei punti vendita appartiene a una catena, che nella maggior parte dei casi non si limita alla vendita di libri ma unisce altri prodotti come musica e video.

Cresce la presenza dei libri anche nella grande distribuzione organizzata (Gdo): tra banchi di frutta e surgelati il settore librario, beneficiando degli sconti tipici di questi punti vendita, porta le vendite a un aumento del 5%. Ma l'utente moderno oggi acquista spesso e volentieri anche online: Ibs, Bol, e recentemente anche Feltrinelli sono solo poche delle realtà virtuali che hanno registrato un +36,9% delle vendite. E poi la specie umana lettore, quella originaria, preferisce ancora cercare l'opera tra gli scaffali, sfogliare il libro per vederne le pagine e annusare l'odore della carta appena stampata; Amazon, il colosso americano di vendite su internet, ha tentato di sostituire questa parte

dell'acquisto con la possibilità di sfogliare virtualmente il libro e leggerne alcuni estratti con la funzione *look inside*, che però manca ancora nei siti italiani.

Certamente lo sconto effettuato dai venditori in rete non è lo stesso che si può ottenere in libreria, dove il prezzo è quasi sempre quello di copertina a meno di particolari offerte definite dalle case editrici, e limitate a particolari periodi.



3. L'organizzazione della filiera

Veniamo ai dati della produzione primaria: le case editrici censite nel 2007, considerate anche le non attive, sono 8.814, numero che scende considerevolmente se non si considerano quelle che non hanno pubblicato nemmeno un titolo nell'ultimo anno, quelle che sono emanazione di aziende, fondazioni, enti, o quelle che hanno una produzione occasionale. A livello di personale occupato, l'Aie ha contato circa 38.000 addetti nel settore editoriale [2]: ma cosa fanno queste persone? Occorre innanzitutto capire che, pur essendo una tipologia di lavoro peculiare, l'organizzazione di una casa editrice è piuttosto simile a quella di una qualunque altra azienda: molto però dipende dalla grandezza. Nelle piccole case editrici il proprietario facilmente è l'editore stesso, poi crescendo le dimensioni dell'azienda, le mansioni dell'editore si suddividono tra il

direttore editoriale, il direttore generale, l'amministratore delegato. Il direttore editoriale è la figura che dà la linea generale dell'azienda potendo effettuare le scelte di quali libri pubblicare e quali progetti realizzare.

Al suo fianco lavorano gli editor (oramai è invalso l'uso di chiamarli così, all'inglese) che si occupano di alimentare le collane della casa editrice andando a caccia di autori e titoli adeguati: si può dire che l'editor talvolta sia anche un talent scout. Normalmente si giunge a occupare questa posizione quando si ha una buona esperienza di redazione, anche se questa non è sufficiente a fare un buon editor, che deve avere una buona agenda di contatti e una grande dose di curiosità.

Al di fuori della casa editrice possono gravitare i consulenti editoriali, normalmente più di uno, ciascuno con competenze specifiche in un campo particolare, ai quali viene affidata la lettura dei libri allo scopo di trovarne la giusta collocazione all'interno di una collana e di conseguenza di uno specifico segmento di mercato.

Ultimo ma non meno importante è il redattore, che per definizione è colui che ha la responsabilità di trasformare un testo in un libro pronto per la stampa. È una figura necessariamente piuttosto eclettica, che deve possedere un'ottima conoscenza della propria lingua, oltre a quella di altre lingue straniere, nonché della letteratura: fatto quest'ultimo che lo colloca nella specie *Homo sapiens* lettore. Al suo fianco non sono da dimenticare, perché fondamentali, l'ufficio grafico, con il quale il redattore imposterà e verificherà il risultato dei suoi interventi, e l'ufficio stampa, indispensabile per l'uscita sul mercato [20].

4. L'autore

Come arriva l'idea dalla mente dell'autore all'editore? Abbiamo appena visto che può essere di competenza degli interni la ricerca e il contatto con gli autori, o almeno così accade per gli esordienti che di solito inviano i loro manoscritti alle case editrici che pubblicano argomenti in linea con le loro idee.

Tuttavia i contatti personali da soli non bastano: serve una partecipazione attiva dell'editore per esempio alle fiere nazionali e internazionali, come la già citata perché la più importante *Buchmesse* a Francoforte, e altre che si svolgono a Parigi, Bruxelles, Nizza, Buenos Aires, Lipsia, Torino e Bologna, quest'ultima dedicata all'editoria per ragazzi.

A disposizione degli editor ci sono le cosiddette anticipazioni editoriali: schede preparate dalle case editrici che informano sulla produzione e sugli autori. Una sorta di estratto del



catalogo, che le grandi aziende inviano ai colleghi con cadenza varia, da una a più volte l'anno.

C'è infine il lavoro svolto dalle agenzie letterarie, che rappresentano gli autori e prendono contatti con gli editori in loro vece, come vedremo più approfonditamente nel secondo capitolo.

5. Il diritto d'autore

Una volta che il contatto è preso ha inizio una serie di adempimenti formali, poiché anche se chi scrive lo può fare principalmente per diletto, di lavoro si tratta e pertanto va retribuito. In Italia la legislazione che regola il lavoro degli scrittori è raccolta nella legge sul diritto d'autore del 21 aprile 1941 (633/41), aggiornata nel 2005.

La regolamentazione del diritto d'autore è quindi recente; oggi è riconosciuta universalmente, ma per secoli è rimasta ignorata o gestita in modo assolutamente arbitrario da tipografi e librai. Il primo tentativo di riconoscere il lavoro di un autore si deve alla regina Anna d'Inghilterra nel 1710, mentre il resto d'Europa non coglie l'essenza del problema fino all'Ottocento. Dopo la legge italiana si arriva nel 1955 a una convenzione universale in base alla quale si sancisce l'appartenenza all'autore della sua opera. Nel 2002 è poi entrato in vigore il trattato Ompi (Organizzazione mondiale per la proprietà intellettuale) sottoscritto da trentasei paesi e che segna un passo importante perché non si limita ai testi scritti ma protegge anche il materiale diffuso via internet [20].

A livello terminologico il diritto d'autore tutela tutte quelle che sono definite opere dell'ingegno, locuzione volutamente generica che ingloba non solo i testi scritti da un autore, ma anche le traduzioni, nonché le immagini e le opere musicali. La tutela garantita dalla legge agisce su due fronti: garantisce sia il diritto morale del produttore dell'opera, affermandone incontestabilmente la paternità, sia quello patrimoniale che riguarda lo sfruttamento economico derivato dalla sua commercializzazione.

Il diritto d'autore non si limita a proteggere l'autore in vita, ma si applica per settant'anni anche dopo la sua morte, fatto che indirizza i proventi economici agli eredi che restano detentori dell'opera potendo continuare a gestirla secondo le loro volontà. Scaduto questo periodo l'opera diviene di dominio pubblico e chiunque può pubblicarla senza onere alcuno.

Esistono poi alcune particolarità del diritto italiano che vede il diritto d'autore come "proprietà inalienabile" e pertanto lo considera come una cosa che non potrebbe essere venduta. In sostanza si riconosce all'editore la validità di un contratto nel limite massimo di venti anni (anche se spesso, in pratica, il periodo è molto minore) dalla consegna del manoscritto completo, fatto che rende il contratto editoriale più simile a un contratto di locazione di un immobile che di acquisto vero e proprio, poiché si tratta di uno sfruttamento economico temporaneo. In ogni caso, esclusi questi

principi generali, le altre clausole del contratto sono negoziabili e dipendono dalle trattative che si possono svolgere tra autore (o traduttore) ed editore.

6. I contratti editoriali

Normalmente si tratta di accordi privati, in pratica uno scambio di lettere tra l'editore che invia una proposta e l'autore che risponde accettandola; questo per evitarne la registrazione e i relativi oneri che sarebbero obbligatori nel caso di un contratto vero e proprio recante le firme di entrambi i contraenti. I rapporti internazionali sono regolamentati da un contratto standard di solito in lingua inglese.

I diritti patrimoniali riconosciuti all'autore, come già accennato, sono negoziabili singolarmente (contrariamente a quelli morali) e devono essere presenti sul contratto, in particolare quelli elencati dalla legge 633/41 che sono:

1. il diritto di pubblicare l'opera (art. 12)
2. il diritto di riproduzione in più esemplari dell'opera (art.13)
3. il diritto di trascrizione dell'opera orale (art. 14)
4. il diritto di esecuzione, rappresentazione o recitazione in pubblico (art. 15)
5. il diritto di comunicazione (artt. 16 e 16bis)
6. il diritto di distribuzione (art. 17)
7. il diritto di elaborazione, di traduzione e di pubblicazione delle opere in raccolta (art. 18)
8. il diritto di noleggio e dare in prestito (art.18bis)

Un contratto modello, oltre ai dati personali, deve riportare alcune clausole che riguardano naturalmente la cessione dei diritti all'editore (e la durata nel tempo se diverso da quanto stabilito dalla legge); il titolo dell'opera (anche se provvisorio); la lunghezza dell'opera (talvolta anche il numero di illustrazioni previste); le modalità e le tempistiche di consegna dell'opera con le relative competenze (per esempio l'autore può impegnarsi o meno a trovare le fonti iconografiche).

L'editore di solito pone una clausola in cui si riserva di accettare il lavoro o di rifiutarlo se non conforme a quanto stabilito in precedenza; inoltre, deve esplicitare in quanto tempo provvederà a pubblicarlo e il numero minimo delle copie che stamperà (la cosiddetta tiratura).

Al termine della lettura redazionale, il responsabile editoriale dell'opera invierà all'autore le bozze che egli si impegna a restituire in un tempo prestabilito dal contratto.

Viene riportato anche il numero di copie gratuite che spettano all'autore, il numero di copie destinate alla pubblicità e alle tredicesime per i librai (una sorta di incentivo all'acquisto: il libraio paga 12 e riceve 13), queste ultime due destinazioni essendo esenti dal diritto d'autore [11].

Ci sarà quindi la clausola inerente alla percentuale del diritto d'autore, che normalmente è intorno al 7%. In un contratto potrebbe anche essere specificato che la percentuale cambia a seconda delle copie vendute, ovvero può salire in caso di buone vendite. È norma che l'editore dia un anticipo su tali diritti, che giunge all'autore di solito al momento della pubblicazione dell'opera. Proprio l'anticipo rappresenta il parametro sul quale autori, agenti ed editori si basano per stimare il guadagno di un libro: in pratica, se si prevede un grande successo (per esempio perché l'autore è molto noto) l'anticipo versato sui diritti sarà molto consistente, e il lavoro di un buon agente si vede proprio nel riuscire a ottenere buoni anticipi. Tuttavia per l'editore questa è una fase a rischio, poiché nonostante le premesse il libro può trasformarsi in un flop e l'anticipo ormai versato non gli tornerà più indietro essendo in pratica un investimento a fondo perduto.

L'editore inoltre si impegna a far avere il rendiconto delle vendite all'autore per dargli modo di controllare il numero di copie vendute su cui calcolare il diritto d'autore spettante.

Senza specificare ulteriormente nelle altre clausole che compaiono in un contratto, è facile immaginare lo sgomento che può sopravvenire in un autore non avvezzo ai termini legali e bisognoso di spiegazioni e consigli. Difficilmente un esordiente ne è dotato, ed è proprio nella fase di trattativa che si rende utile la presenza di un agente letterario.

Nel prossimo capitolo torneremo a parlare di questa figura professionale. Qui ricordiamo solo che un agente può offrire un libro già pronto all'editore, anzi a più editori, con la cosiddetta opzione editoriale. Accade spesso con i libri stranieri di successo, e in questo caso l'editore interessato alla traduzione e pubblicazione dà inizio a uno scambio di lettere con l'editore proprietario dell'opera a cui chiede che gli venga concessa un'opzione sul libro. Le risposte che può ottenere sono di prima, seconda o successiva opzione: ciò significa che se avrà ottenuto la prima opzione avrà un lasso di tempo stabilito per visionare il libro e decidere se pubblicarlo o meno, in caso negativo la sua opzione scadrà e la possibilità di pubblicare passa a chi possiede la seconda opzione e così via.

In questo modo è facile intuire l'importanza dei contatti personali, poiché permettono di avere notizie in anteprima non solo sull'uscita di un libro, ma anche sulla sola intenzione di un autore di scriverlo, permettendo così al possessore della preziosa informazione di accaparrarsi la prima opzione o di essere tra il primo a offrire all'autore un contratto allettante.

Capitolo 2

La figura dell'agente letterario

1. L'agente letterario

Più di cinquanta agenzie letterarie e studi editoriali in Italia: ma cosa fanno esattamente? Non esiste una definizione unica per il mestiere di agente letterario: sono gli angeli custodi degli autori, un po' avvocati, un po' manager del marketing, un po' esegeti e un po' demiurghi in senso platonico (secondo Platone il demiurgo è colui che vivifica la materia, la rende anima del cosmo dandole forma e ordine).

Marco Vigevani, agente letterario italiano, dice: «Il nostro mestiere? Negli Stati Uniti e in Gran Bretagna è impensabile che un autore si muova senza un agente letterario. È come se in un processo ci si volesse difendere da soli, senza un avvocato. Da noi è una professione in crescita. In genere gli agenti letterari vengono dall'editoria, dalle piccole o grandi case editrici ma non hanno ancora il potere e l'autorevolezza che hanno nei paesi anglosassoni.» [13]

Per essere agente letterario la dote dell'eclettismo, unita alla poliglottia, è indispensabile. Se in America pubblicare senza agente è una missione impossibile, qui da noi si può ancora fare, ma questo mestiere sta prendendo piede sempre più e anche un autore italiano che vuole avere un agente può farlo: pagando, naturalmente. Si tratta di cifre che possono aggirarsi sui 500 euro per la consegna e l'analisi di un manoscritto. Dopo la lettura, se l'opera viene valutata interessante, allora parte la proposta di contratto dell'agente verso l'autore, il quale sarà tenuto a versare una percentuale che varia dal 10 al 20% dei futuri ricavi.

In un mercato relativamente piccolo come il nostro, i guadagni per gli agenti non sono nemmeno lontanamente paragonabili a quelli statunitensi, dove si può diventare molto ricchi riuscendo a contrattare anticipi astronomici e fissare opzioni se si hanno nel portfolio scrittori importanti.

La maggior parte delle transazioni che avvengono tra editori e agenti letterari riguarda il mercato straniero, dove appunto gli autori sono quasi sempre rappresentati e, tra le altre cose, è fisicamente difficile avere contatti diretti con gli editori interessati alle traduzioni.

In Italia, comunque, la maggior parte degli autori non fa uso di un agente, vuoi anche per un diverso atteggiamento culturale per cui l'editore vuole trattare personalmente con l'autore, figlio dell'idea che, almeno in apparenza, cultura e denaro sono due cose separate. Lo conferma Vicky Satlow, agente letteraria inglese con base a Milano: «In America gli editori non comprano un libro se non c'è un agente letterario, da noi in Italia c'è ancora molta diffidenza verso questa professione. L'editore in Italia è per il vecchio stile, preferisce lavorare direttamente con l'autore. Lei si chiederà come mai negli Stati Uniti l'agente letterario è così importante. Io mi sono fatta un'idea di questo fenomeno: negli Usa il business del libro è ben più grosso che nei paesi europei. Come avrà sentito attorno agli autori americani girano cifre da capogiro, d'altronde il mercato americano è molto più grande». [13]

Ma l'agente letterario esiste anche nel nostro Paese, e ha una storia piuttosto recente che inizia con un personaggio divenuto epico, almeno per chi opera nel settore editoriale, tanto da meritarsi una recente biografia intitolata *Il dio di carta, vita di Erich Linder* [5].

2. Erich Linder

Paragonato a Cerbero da Giordano Bruno Guerri perché «aveva tre teste: quella dell'autore, quella dell'editore e quella del lettore, e [sapeva usarle], di volta in volta, insieme o disgiunte, magnifico mostro. [...] Curiosissimo di tutto, a tutto attento, la sua conversazione asciutta spaziava su ogni campo.» (*Il giorno*, 25



aprile 1983). Inge Feltrinelli dice di lui: «Quando sono arrivata a Milano, nel 1960, esisteva nel mondo editoriale solo un unico grande agente, Erich Linder. Era un uomo molto rispettato e anche un po' temuto. Incuteva una certa soggezione: perdere la sua simpatia poteva significare perdere anche la possibilità di pubblicare autori cui si teneva molto. Abituati a fare da soli, sia nella fase di scouting sia in quella, più delicata, delle trattative contrattuali, gli editori italiani nel dopoguerra dovettero fare i conti con Linder e accettarlo come interlocutore». E ancora Marco Vigevari: «Fino a quando è morto, nel 1983, ha avuto il monopolio di questa professione. Poi sull'onda della sua esperienza sono nate molte agenzie letterarie». [13]

L'uomo che ha importato in Italia il mestiere dell'agente letterario nacque nell'allora polacca Leopoli (oggi in Ucraina) nel 1924 e dieci anni dopo si trasferì in Italia, dove giovanissimo conobbe Augusto Foà, fondatore dell'Agenzia letteraria internazionale (Ali) con il fratello Luciano, futuro fondatore della Adelphi. Fu assunto in agenzia nel 1947 e ne divenne socio nel 1951 acquistandone alcune quote. Linder parlava cinque lingue e iniziò a lavorare alacremente come traduttore alla Ali, che inizialmente rappresentava una sessantina di autori con cui Erich iniziò a intrattenere rapporti sempre più stretti, ponendosi talvolta come consigliere, talvolta come amico, talvolta come psicologo; un'attività che lo portò ad abbandonare i lavori di redazione per dedicarsi a tempo pieno a fare l'agente. Aveva scoperto di essere un po' come il direttore di un albergo che consegna la camera giusta al cliente giusto, come egli stesso amava definirsi. E rispondendo a chi gli chiedeva cosa fosse il suo mestiere spiegava che, in cambio di un normale profitto d'impresa, l'agente curava gli interessi degli autori nei confronti degli editori, troppo spesso propensi a sfruttare sia l'incompetenza economica degli interlocutori sia la loro predisposizione alla nevrosi. E aggiungeva: «Chi ha mal di denti mica si cava il dente da solo, va dal dentista!». [15]

Così facendo i clienti della Ali diventarono più di settemila: una realtà unica nell'Italia del dopoguerra, dove Linder diventò, secondo alcuni, il gestore di un monopolio. Grazie alla

conoscenza delle lingue riuscì ad intrecciare rapporti con gli agenti internazionali e a far pubblicare in Italia grandi nomi come Bertolt Brecht, James Joyce, Robert Musil o Thomas Mann.

Se il rapporto con gli autori era spesso di amicizia, come testimonia Enzo Biagi, che lo definirà «non solo il mio agente, [ma] anche il mio amico, il mio suggeritore» [23], quello con gli editori non era sempre roseo, soprattutto con Feltrinelli e Garzanti. Per un editore, non essere nelle grazie di Linder poteva voler dire non poter pubblicare determinati autori.

Il suo stile era deciso: si poneva sullo stesso piano con gli editori ma imponeva loro scelte, traduzioni, contratti. Il suo schierarsi dichiaratamente dalla parte dell'autore, da lui ritenuto l'anello debole della catena, lo portò a rappresentare alla fine degli anni Settanta diecimila scrittori di tutte le nazionalità: praticamente tutti gli italiani, eccetto Alberto Moravia e pochissimi altri, finirono a far parte della sua agenzia letteraria.

Per trent'anni gli editori italiani dovettero abituarsi a fare i conti con lui:

era Linder che dettava legge e lo faceva in modo quasi scorbutico proprio perché a lui non interessava affatto essere «potente», come raccontò in un'intervista a Grazia Cherchi: pensava che l'esercizio del potere per il potere denotasse sovente «un carattere vile, e non di rado abietto». [15]

Oltre a forsennati ritmi lavorativi e una enorme competenza, grazie anche a questa etica Linder riuscì a diventare quello che era e ad attrarre il meglio degli scrittori dell'epoca in un'operazione culturale senza



precedenti. Si può affermare infatti che egli contribuì non poco alla crescita della vita intellettuale nel Paese grazie proprio al suo lavoro che rese accessibili agli italiani opere mai tradotte prima, oltre ad arricchire il già vivo fermento letterario e culturale nato nel dopoguerra.

Alla sua morte, nel 1983, si parlò di «autori rimasti orfani» e di «smarrimento degli editori»: tant'è che vent'anni dopo fu celebrato con un convegno dal titolo eloquente «Erich Linder, un intellettuale di tipo nuovo» [17].

Passata nelle mani del figlio Dennis, oggi l'Ali continua a rappresentare i diritti di molti autori e a svolgere un ruolo fondamentale nell'import-export delle opere. Milano, oltre all'Ali, raccoglie le maggiori agenzie italiane, come Luigi Bernabò and Associates, Grandi & Associati, Living Literary Agency di Elfriede Pexa, Marco Vigevani, Natoli Stefan & Oliva, Piergiorgio Nicolazzini Literary Agency e Susanna Zevi, mentre ancora in Lombardia è da segnalare Roberto Santachiara a Pavia; a Roma invece le più note agenzie sono Eulama (Harald Kahnemann), Herzog, Il segnalibro e Tecniche editoriali di Laura Gonzales.

Nel frattempo il mestiere dell'agente editoriale nel mondo si è trasformato. In Francia è ancora fenomeno di nicchia, mentre in Gran Bretagna e Usa è una professione da avvocati aggressivi, il cui campione tipico è Andrew Wylie.



Questo americano, europeo per formazione culturale, è definito «l'uomo degli anticipi vertiginosi per best seller di qualità» ed è oggi temuto e rispettato dalle case editrici italiane e internazionali [24]. Nel 1980 ha fondato l'omonima agenzia letteraria che vanta il maggior numero di premi Nobel e Pulitzer al mondo, tra cui Philip Roth, Salman Rushdie e Saul Bellow. In Italia rappresenta Roberto Calasso, Alessandro Baricco e Claudio Magris ma il suo colpo grosso è stata l'acquisizione dei diritti di Italo Calvino.

Il suo stile di trattativa è molto semplice: prendere o lasciare. Offre il suo autore a un editore, chiede una cifra superiore anche di dieci volte delle normali quotazioni e pretende una risposta

nel giro di pochissimi giorni. Il perché di tali richieste economiche è presto spiegato: Wylie sostiene che se l'editore sborsa un oneroso anticipo allora si dovrà dare da fare per vendere molto, ovvero dovrà investire in tiratura e promozione. Altrimenti la letteratura non troverà mai, come sostiene Wylie «lo spazio (anche fisico, sui banchi dei librai) fra la narrativa di consumo»[22]. È una tesi di fondo che tradisce la fiducia americana nel potere persuasivo dell'industria culturale.

Se per piazzare autori colti è dunque cosa difficile, da lasciare a veri esperti, fare lo stesso con la saggistica scientifica sembrerebbe un'impresa titanica. Certo i libri di scienza sono presenti nelle librerie e hanno anche la loro sezione dedicata, basta cercarla bene. Ma i numeri che si possono ottenere con un saggio sulla vita di Galileo non sono certo paragonabili a quelli ottenuti da un romanzo di Saul Bellow.

Eppure esiste il corrispettivo di Wylie nel mondo scientifico: John Brockman. Forse non è un caso che anche costui, come Wylie, abbia fatto parte della cerchia di Andy Warhol, un artista che in fatto di marketing e promozione di sé stesso non era secondo a nessuno.

Capitolo 3

Il caso Brockman

1. John Brockman

È l'uomo che nel 1996 ha scritto: «Io sono internet. Io sono World Wide Web. Io sono informazione. Io sono contenuto»[7]. Dodici anni fa, quando a malapena in Italia si usava la posta elettronica, John Brockman era già al web 2.0.

È l'uomo che prima di iniziare la biografia sul suo sito, inserisce la frase del suo amico (e cliente) Stewart Brand che lo definisce:

«Uno dei più grandi enzimi intellettuali del nostro tempo; un abile organizzatore di cose altrimenti impossibili». Siamo ancora di fronte a una metafora biologica, dal libro-virus all'agente-enzima: il lavoro di un enzima è catalizzare una reazione, ovvero farla avvenire in modo più facile abbassando il livello di energia richiesta, andando a incastrarsi nel posto giusto al momento giusto per facilitare (e spingere) il corso degli eventi.



2. Gli inizi

John Brockman nasce il 16 febbraio 1941 a Boston (Massachusetts), figlio di un venditore di fiori soprannominato *carnation king*, il re dei garofani, perché aveva praticamente il monopolio dei fiori nella zona. Inizia a lavorare per suo padre, che è solito dirgli: «Tira fuori i fiori dal frigorifero e impacchettali subito altrimenti moriranno» [26]. In seguito, John avrebbe cercato di fare lo stesso con le idee.

A scuola non è proprio uno studente modello: tutt'altro. Viene rifiutato da ben diciassette college, poi viene finalmente accettato dal Babson Institute of Business Administration, dove si comporta piuttosto bene, tanto da essere ammesso alla Columbia Business School, dove ottiene il Master in Business Administration. Ma l'economia non è il suo mestiere, così decide di buttarsi nel mondo dell'arte, dove esordisce con l'organizzazione di un festival di film d'avanguardia a Manhattan nel 1965, evento che unisce luci stroboscopiche, musiche grottesche, sequenze di immagini in uno stile tutto suo, che egli stesso definirà *environmental intermedia kinetic events*. Riesce così ad attrarre l'attenzione della stampa, e quando gli viene chiesto il significato dell'evento risponde: «L'uomo è morto. Esistono solo gli affari. E gli affari sono invisibili. L'uomo è una reliquia di un passato istantaneo»[26]. Sicuramente una frase a effetto: quello che la stampa vuole per creare un personaggio.

Ma il salto di qualità glielo consente una sua vecchia amicizia della Columbia: un dirigente della Scott (azienda di carta igienica e affini, la nostra Scottex) gli chiede di organizzare un evento "intermedia" per smuovere il mercato: una donna vestita solo di carta da cucina ottiene l'effetto desiderato. La performance alla Scott gli regala un articolo in *The New York Times*, che lo celebra

come il giovane consulente più richiesto dalle grandi compagnie americane. Piccolo particolare: quella era la sua prima consulenza in assoluto.

THE NEW YORK TIMES - SEPTEMBER 4, 1966

The New York Times
SUNDAY, SEPTEMBER 4, 1966

So What Happens After Happenings?

By ELENORE LESTER

HATE Happenings. Love Intermedia. Kinetic Experiences. John Brockman speaking—poetry, kidding, but conveying the notion that Happenings are Out and Intermedia Kinetic Experiences are In in the place where the action is. John Brockman, the New York Film Festival's 25-year-old coordinator of a media events program on independent cinema in the United States, is playing into the switched-on, "expanded cinema" world in which a film is not just a movie, but an Experience, an Event, an Environment. This is a new world, using electronic tools, in which multiple film, tape, sculpture, kinetic sculpture, lights and live dancers or actors are combined to involve audiences in a Total Theater Experience. Unlike Happenings, which often involve audiences in complicated relationships with placards, bottles, racks, ropes and other objects, Intermedia Kinetic Experiences permit audiences simply to sit, stand, walk or lie down and allow their senses to be interested by Media.

No Way Out

"You can't escape from an Intermedia Kinetic Experience the way you can from a play or any art form that reaches you through language," says Brockman. "This is primary experience. It takes place in a 360-degree environment." Brockman, who fully accepts Marshall McLuhan's "the medium is the message" thesis, believes that full exposure to I.K.E. is positively "therapeutic."

When he was selected by New York Film Festival Director Anne Vogel to work with him on the special events program, Brockman immediately thought in terms of bringing to this farthest development in the film-art-dance-music world before a public "that really doesn't understand how our world has changed." When the festival starts at Lincoln Center on Sept. 12, four or 17 special events will be concerned with this area of film experimentation. The other programs cover a wide range of aspects of independent film-making from the cinema verité work of Ricky Leacock and Albert and David Maysles to post-impressionistic works and experiments involving the physical aspects of vision.

But how came Brockman, pin-sharpened, sharp-eyed, fresh out of business school, a trainee at Bloomington's and involvement in a leasing corporation, to the world of artistic experimentation where in one year he has been largely responsible for bringing the underground cinema into the light of day and promoting an unlikely marriage between avant-garde and commercial cinema?

It was a marriage consummated when UNESCO (U.N. Company), a group of poets, artists and engineers, designed an "environment" for the World, a two-day night club on Long Island. "All accident. I did what I wanted," says Brockman. "After that, it was logical thinking. That I learned at business school."

Brockman was smitten by the work of the underground filmmakers, the young businessmen found a soul the computers lacked. "Money is just an abstraction. These people were doing something important. They are artists. They see through years of conditioned responses." The barriers of his own conditioned responses fell like the death market. "Movies? I had loved them — Westerns, foreign films, all kinds of Hollywood films. But this was something else."

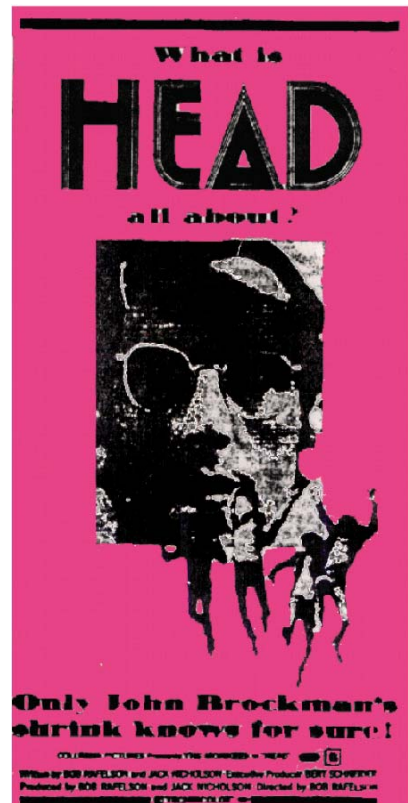
A New Wave

Dominating the far-out scene at the time (which will undoubtedly go down in film history as the first period of the new American cinema of the 60's) was the best type of minimalist like Jack Smith, Ron Rice and Andy Warhol, whose work projected a very personal social criticism, using everything from passive to active to point up modern man's alienation from his society, from his own body and soul. However, this programatically naive, home-driven approach, represented only one strain in the new cinema. Other filmmakers were more concerned with extending the range of film-making through technical innovations such as

The New York Times (The Bronx)
"It can't be told in words—you just have to experience it"

Continued on Page 17

La vera celebrità arriva solo nel 1968 quando gli viene affidata la campagna pubblicitaria per il film *Head*, del gruppo anti Beatles *The Monkees*, scritto da Bob Rafelson con Jack Nicholson. L'idea che John Brockman propone ai produttori è semplice e geniale: tappezzare le città con poster che rappresentano la testa di qualcuno. La risposta è: «L'idea è la tua, la testa anche» [26]. E così Brockman diventa la faccia più nota in tutta New York, anche se i cittadini ancora non sanno che cosa significhino quelle foto.



Il resto degli anni Sessanta vede Brockman aggirarsi nella *Factory* di Andy Warhol, frequentando anche Bob Dylan, e organizzare ambientazioni per grandi party in discoteca, vestito di un tre pezzi in velluto. Questa vita lo rende inquieto e lo porta a scrivere il suo primo libro, *By the late John Brockman*, una serie di aforismi scarabocchiati durante una vacanza, che quando fu presentato a New York nel 1969 venne ripetutamente fischiato e bollato dalla critica come un'ammasso di stupidaggini futuristiche. La decisione di prendersi una vacanza dalla società è immediata: Brockman scompare per quasi quattro anni, periodo in cui pensa, scrive e pubblica qualche altro tomo di scarso successo; ma l'esperienza con gli editori è talmente negativa che sembrerebbe allontanarlo per sempre dal mondo dei libri.



3. John diventa agente letterario

John Brockman ha dichiarato che il mestiere dell'agente soddisfa i suoi tre bisogni fondamentali: fa guadagnare (anche se lui dice: «I don't like having money, I like getting it» [26]), dà la notorietà e dà fastidio alla gente.

Nei primi anni Settanta incontra a una conferenza John Lilly, neuroscienziato e pioniere dell'uso della vasca di deprivazione sensoriale e delle droghe psichedeliche per i suoi studi sulla coscienza, autore di *Man and Dolphin* (La comunicazione tra l'uomo e il delfino), e viene a conoscenza del

suo progetto di scrivere un libro sulla percezione della divinità da parte dell'uomo. Lilly butta giù un indice e poche pagine, quanto basta perché Brockman venda il libro a un editore strappando un anticipo di decine di migliaia di dollari: si rende conto in questo modo di essere diventato un agente letterario [26]. Con il passare del tempo accumula una lunga lista di clienti tra cui figurano accademici, intellettuali e scienziati: una lista destinata ad accrescersi sempre di più.

Certamente il matrimonio con Katinka Matson, figlia di un agente letterario newyorchese, ha aiutato John a iniziare l'attività nel migliore dei modi; oggi egli dichiara che la moglie e il figlio Max mandano avanti la maggior parte del lavoro negli uffici della Quinta strada di New York.

Con l'avvento dei personal computer arriva l'ennesima trasformazione di Brockman: così come suo padre deteneva il monopolio del mercato dei fiori nel 1948, lui nel 1983 gestiva quasi da solo il mercato dei libri sui computer, un argomento particolare che però, secondo lui, doveva essere trattato come qualunque altro. Purtroppo anche il settore della manualistica diventa presto saturo; nel 1984 Brockman è costretto a licenziare la maggior parte dei suoi dipendenti e a chiudere gli uffici sulla West Coast. Si apre un altro periodo di riflessione e cambiamento per un uomo che sembra debba trovare ogni decennio un modo per reinventarsi.

Questa volta decide di affittare una tenuta di trenta ettari in Connecticut e farla diventare un salotto per accademici e *nerd*, che chiama *The Reality Club*.

L'intuizione che lo consacra agente letterario delle star è in arrivo: si convince che le uniche vere, grandi notizie del mondo contemporaneo sono i progressi della scienza. Il suo lavoro da allora si impronterà a questa massima. Brockman setaccia ogni giornale, ogni rivista, ogni pubblicazione che gli consenta di trovare la storia scientifica del momento, poi convince uno dei suoi autori a elaborare un progetto che si impegna a sottoporre (e a vendere) agli editori per pubblicarlo il prima possibile. Il tutto in tempi così brevi da far pensare a strani trucchi. Eppure la sua arma segreta non è poi misteriosa, anzi: il fax, all'epoca posseduto da molti ma da pochi sfruttato davvero come mezzo di comunicazione veloce ed efficiente. Un esempio su tutti. Un giorno Brockman, mentre si trovava in Giappone, lesse un articolo sulle onde gravitazionali; nel giro di ventiquattr'ore aveva già venduto un libro sull'argomento a un editore spagnolo, il tutto naturalmente via fax.

Certo questo modo di lavorare quasi compulsivo lo ha portato a qualche fiasco, ma è normale quando si concludono così tanti affari in poco tempo.

Fino al 1996 il *Reality Club* organizza meeting a cui partecipano i più grandi intellettuali e scienziati del momento per discutere, ovviamente, della realtà. Il motto del club infatti è: arrivare ai confini della conoscenza, scovare le menti più complesse e sofisticate, metterle in una stanza insieme e fare in modo che ognuno rivolga agli altri le domande che ciascuno pone a se stesso.

Nel corso degli anni, più di centocinquanta personaggi hanno partecipato ai seminari del club, dando vita a discussioni estremamente interessanti che probabilmente non si sarebbero altrimenti realizzate.

4. Edge e la terza cultura

Da una costola del *Reality Club* nel 1988 viene costituita la *Edge foundation inc.*, il cui mandato è promuovere indagini e discussioni su argomenti letterari, filosofici, artistici e culturali in genere, oltre a lavorare ai fini di un arricchimento sociale e intellettuale della società.

La scienza ormai è l'unica protagonista nella vita di John Brockman, che dice: «Gli scienziati sono le uniche persone felici, quando spalancano gli occhi al mattino. I loro neuroni li spingono a immaginare come sfruttare la giornata nei modi più creativi, ad affrontare quanto c'è ancora da capire e scoprire. È un'emozione straordinaria» [4]. Il sito edge.org raccoglie così l'eredità del *Reality Club* e diventa uno dei salotti virtuali più ambiti e riconosciuti della società scientifica e letteraria internazionale.

Il percorso che porta alla filosofia di *edge* parte da una riflessione di Brockman sul libro di Charles Percy Snow del 1959: *Le due culture e la rivoluzione scientifica*, che si concretizza con il suo saggio del 1995, *La terza cultura. Le nuove rivoluzioni scientifiche*.



Snow fu il primo a esaminare in modo sistematico la questione dell'esistenza di due culture separate: quella dei letterati e quella degli scienziati. I primi, negli anni Trenta del Novecento, cogliendo un momento di "distrazione" dei secondi, si autoproclamarono gli unici veri intellettuali, escludendo in tal modo qualunque altra forma di cultura. Ciò naturalmente lasciò fuori dal mucchio grandi figure di pensatori: per esempio fisici come Albert Einstein, Niels Bohr e Werner

Heisenberg, il matematico John von Neumann e l'astronomo Edwin Hubble. Secondo Snow, però, la loro scomparsa dal dibattito pubblico fu in parte decretata da loro stessi: in quanto scienziati si disinteressarono alle implicazioni culturali delle loro ricerche, con il risultato che la stampa si mise a ignorare praticamente la scienza.

Nella seconda edizione del suo libro, Snow aggiunge pagine in cui auspica la nascita di una terza cultura, all'interno della quale i letterati avrebbero dovuto comunicare con gli scienziati. Questo però non si è avverato, perché gli umanisti non si sono mai messi a parlare seriamente con gli scienziati e questi ultimi hanno preferito il dialogo diretto con il pubblico. In realtà il "dialogo" era un processo che partiva dall'alto della torre d'avorio, in cui era rinchiuso il sapere scientifico, passando attraverso i "divulgatori" a vario titolo che infine raggiungevano il pubblico. Un rappresentante della terza cultura degno di questo nome non agirebbe mai così: egli non fa uso di mediatori ma esprime direttamente e in modo accessibile le sue idee.

John Brockman definisce così la terza cultura: «Il sapere empirico con cui i ricercatori si interrogano sul mondo e noi stessi, sostituendosi agli intellettuali tradizionali, e costruiscono definizioni inedite»[8]. Specifica poi che è «l'attività di quegli scienziati che sanno dire cose nuove e interessanti sul mondo e su noi stessi; che le sanno raccontare a un pubblico vasto, diffondendo la conoscenza oltre i confini angusti dell'accademia» [8]. Nel Novecento, mentre gli umanisti prendevano il sopravvento, come ricordavamo prima, il panorama scientifico stava cambiando in modo incredibile. Nella seconda metà del secolo scorso compaiono discipline come la robotica e la genetica, e nascono nuove terapie per vecchie malattie. Dice Brockman: «Questi sono diventati, tra i tanti, i temi di ciò che io chiamo la 'Big Conversation', nella quale la scienza e il suo metodo sono l'unico strumento per raggiungere un'attendibile rappresentazione del mondo» [8].

Spinto ciò che osserva nella vita culturale americana degli anni Novanta, con l'intellettuale "classico" che perde considerazione e cambia ruolo, Brockman riesce a far convergere le persone che contano e a farle discutere in un'agorà libera da qualunque etichetta politica e accademica.

Egli stesso definisce il suo sito con le parole del biologo Ernst Mayer: «una Grande Conversazione, appunto, tra gli scienziati e gli individui che possiedono una mente scientifica, tutti accomunati dall'interesse per i risultati empirici. Così l'opinione pubblica può affacciarsi sulle loro spalle e informarsi e alla fine è la società a beneficiarne, perché la scienza è un continuo processo di negazione: si elaborano teorie e si superano» [4].

Edge

*To arrive at the edge of the world's knowledge,
seek out the most complex and sophisticated minds,
put them in a room together, and have them ask each
other the questions they are asking themselves.*

I protagonisti di questa nuova realtà intellettuale sono i «nuovi umanisti»; come spiega Brockman:

«Sono persone che considerano il mondo un'entità riconoscibile e producono idee e le testano in ogni area senza piegarsi a presunte autorità superiori, accumulando sapere attraverso sfide successive e comunicando da individuo a individuo al di fuori delle limitazioni delle scuole e degli -ismi.

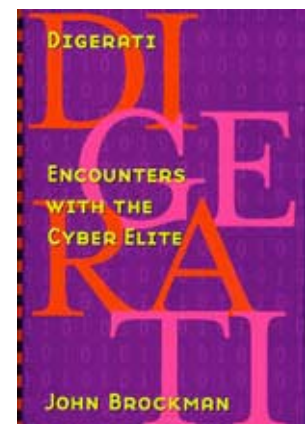
Non riducono le proprie indagini ai dati biologici e fisici, ma allargano il raggio d'azione e lo connettono all'arte, alla storia, alla politica e a tutti i prodotti della mente, che è l'espressione del cervello, il quale è organizzato dai geni, i quali a loro volta sono stati selezionati dall'evoluzione. Cambiano così gli oggetti da studiare ma lo stile resta il medesimo e questo ormai permea la cultura collettiva.» [4]

Sempre secondo Brockman, nella scienza non esiste un gerarchia consolidata di idee immutabili e la forza della terza cultura sta proprio nell'essere capace di tollerare il dissenso e la molteplicità dei punti di vista. «A differenza di quanto accade nella cultura tradizionale, i risultati della scienza non riguardano le invidie di una casta di mandarini astiosi; le sue conquiste cambiano la vita di ciascuno di noi e del pianeta sul quale viviamo.»

I concetti di terza cultura e di nuovo umanesimo saranno ripresi da Brockman nel 2005 in un saggio intitolato *I nuovi umanisti. Perché (e come) l'arte, la politica, la storia e la filosofia devono tenere conto delle moderne scoperte scientifiche.*

5. Digerati

Il clima ormai è caldo, l'ambiente intellettuale è in fermento ed è pronto e dotato di ogni mezzo per discutere di nuovi argomenti. È il momento per concretizzare un altro tema che ha sempre fatto da sfondo alla vita di Brockman: la relazione di equivalenza tra nuove tecnologie e nuove percezioni. «La realtà è un processo artificiale. Le nostre immagini del mondo e di noi stessi sono in parte i modelli determinati dalle nostre percezioni delle tecnologie che generiamo come prodotti. L'uomo crea i propri strumenti e poi si forma a loro immagine e somiglianza.»



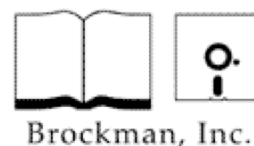
Per sottolineare questo concetto egli ricorda che la meccanica celata dietro gli orologi del XVII secolo e quella dei servomeccanismi del XX secolo hanno ispirato metafore classiche come «il cuore è una pompa» e «il cervello è un computer», che inizialmente furono viste come sconvolgenti [7]. La tecnologia che Brockman ha soprattutto in mente sono i nuovi modi di comunicazione

offerti dallo sviluppo dell'informatica e della Rete: le sue idee si esplicitano nel libro *Digerati. Dialoghi con gli artefici della nuova frontiera elettronica* (1996).

«Con internet e il world wide web, stiamo creando una nuova estensione di noi stessi, più o meno alla stessa maniera in cui il dottor Frankenstein di Mary Shelley mise assieme la sua creazione. Solo che la nostra creazione non è una creatura antropomorfa che si muove attraverso porzioni sempre crescenti nello spazio e nel tempo.

È invece una bestia elettronica di proporzioni tali che possiamo solo immaginare le sue qualità, le sue dimensioni.» [7]

Fin dal 1983, anno in cui inizia a usare i computer nel suo lavoro, Brockman decide di inserire anche l'immagine di un hard disk vicino a quella di un libro nel logo della sua agenzia letteraria, per far capire che in effetti qualcosa sta cambiando, qualcosa che rivoluzionerà il mondo della parola scritta, dell'informazione e della comunicazione.



E così nel miglior stile Brockman iniziano le «cene digerate» eventi a cui partecipano i soliti pezzi grossi del suo portfolio e altri che non sono (ancora) clienti della sua agenzia. «Le domande che spingevano la mia curiosità avevano a che fare con idee sul contenuto dell'era digitale, su come i nuovi approcci alle teorie della descrizione e del linguaggio siano cruciali per una nuova comprensione, e su come l'anestesia del buon senso ci stia tra i piedi.»

È un evento che ben esemplifica l'idea della terza cultura. I nomi che escono dal cilindro di Brockman sono sempre più grandi, tanto che lui stesso li definisce una cyber-élite: Bill Gates non può mancare, e con lui il già incontrato Stewart Brand, Steve Case (fondatore e AD di Aol, America online) più altri trenta in rappresentanza di vari mondi: giornalisti, scrittori, editori, dirigenti di aziende informatiche. Quindi non *la* élite ma *una* élite, perché come fa notare Brand:

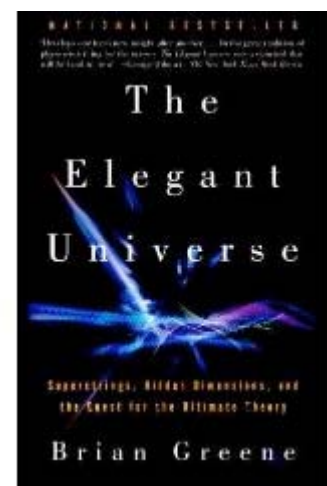
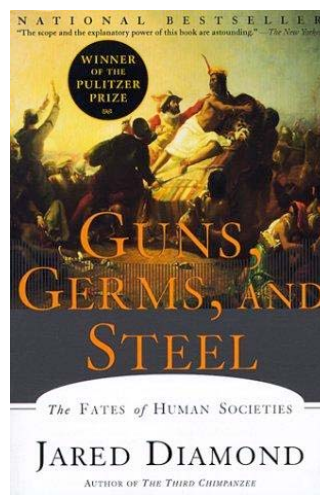
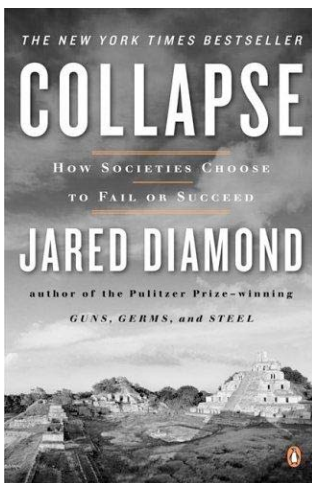
«le élite sono fabbriche di idee e di azione. Le élite fanno accadere le cose, spingono le culture, le civiltà. Normalmente sono gruppi di persone molto capaci nelle loro attività, sono entrati in una meritocrazia assieme ad altri come loro e si costringono a vicenda a diventare migliori. Vogliono status ma non necessariamente nel dominio comunemente accettato: giocano un ruolo all'interno della partita. Sono aperti all'ingresso di nuovi membri, a condizione che l'ingresso sia basato sul merito. Tra cinque anni forse non saranno più l'élite.» [7]

Facile fare (terza) cultura con personaggi e idee di questo calibro: e l'autoreferenzialità non è bandita, anzi. Tutto ciò che John Brockman fa è piuttosto autocelebrativo, anche se si può concedere un po' di narcisismo all'uomo che ha rivoluzionato la circolazione delle idee scientifiche negli ultimi decenni. Non c'è da stupirsi se egli, parlando dei digerati, li descriva come evangelizzatori: «sono i fautori, i pensatori, gli scrittori che hanno una enorme influenza in questa rivoluzione della comunicazione. Loro non sono alla frontiera, loro sono la frontiera.»

6. La scienza al top

Prendi uno sconosciuto professore universitario, invitalo a cena e fallo parlare del suo lavoro, chiedigli di scriverti due righe e *voilà*, ecco pronto il materiale necessario per vendere i diritti di un libro (non ancora scritto) e creare una superstar. Questo è quello che è successo con Brian Greene, un fisico teorico che con il suo *Universo elegante* nel 1999 ha fruttato ben due milioni di dollari per la vendita dei diritti. Per non parlare di un altro ex sconosciuto che ancora oggi vende migliaia di copie l'anno: Jared Diamond, il cui fortunatissimo *Armi, acciaio e malattie* è diventato un classico, letto nelle scuole di tutto il mondo

Dopo un inizio quasi sottotono, grazie a un lungo lavoro di scouting nelle università e a una fruttuosa rete di contatti, Brockman ottiene risultati tali da farlo diventare il più richiesto agente per chiunque voglia scrivere di scienza. E così è da una ventina d'anni.



Il suo portfolio vanta personaggi come Daniel C. Dennett, filosofo della scienza, gli scienziati Richard Dawkins, Freeman Dyson, Niles Eldredge, Murray Gell-Mann, Stephen Jay Gould, Stewart Kauffman, Benoit Mandelbrot, Lynn Margulis, George Williams; gli psicologi Mihaly Csikszentmihalyi, Howard Gardner, Steven Pinker, Roger Schank; artisti come Gretchen Bender, Peter Halley, April Gornick, Gary Stephan; poeti come Michael McClure, Paul Mariani, Gerd Stern; studiosi di religione come Richard Baker-roshi, Elaine Pagels, Robert Thurman; editor come

Steven Levy; opinionisti come Betty Friedan, Paul Krassner, Naomi Wolf, Abbie Hoffman; e infine scrittori come Annie Dillard, Ken Kesey, Steven Levy e Mark Mirsky.

Il suo metodo di lavoro ha lati brutali. Un autore racconta che il suo arco di interesse temporale è molto limitato: una settimana al massimo per vendere una proposta scritta in due striminzite paginette, dopodiché l'idea di quel libro passa e nulla sarà più fatto per concretizzarla.

Ovvio che questo sistema (insistere sui grandi nomi e cercare di venderli in gran fretta) comporti qualche rischio: con il premio Nobel Gell-Mann, per esempio, gli è andata male, tanto che ha dovuto restituire il mezzo milione di dollari avuto come anticipo per un libro che alla fine non è stato scritto.

Il suo rapporto con il mondo dell'editoria ricorda un po' quello di Erich Linder: sta dalla parte degli autori e non ama troppo gli editori, e con la solita sicurezza, in un'intervista comparsa su *Publisher Weekly*, afferma di possedere il «magic touch» per avere successo. Poi si rifugia nella modestia dicendo che è un semplice rappresentante degli autori: «Non faccio parte dell'industria editoriale, gli interessi degli autori sono i miei interessi; ma nel mercato quando due forze vanno in collisione ecco che si forma il prezzo del libro e il mio mestiere è trovarlo, e stabilirlo in base agli interessi dei miei autori.» [10]

7. La domanda dell'anno

Per continuare ad avere nuovi clienti e nuove idee, per scrivere e far scrivere libri, per permettere agli autori di avere anticipi astronomici, notorietà e pubblicità, non c'è niente di meglio che instaurare una tradizione. E Brockman la unisce al Natale, in un'operazione di puro marketing: nel periodo delle feste arriva la «domanda dell'anno», con il progetto *The World Question Center*.



Rovistando nel vasto materiale fornitogli dai molti incontri, conferenze e cene a cui partecipa ogni anno, egli trova la domanda di carattere generale che più stuzzica la sua curiosità. A quel punto sceglie a chi rivolgerla: di solito si tratta di premi Nobel, o comunque scienziati e personaggi molto in vista. La domanda posta all'inizio del 2009 è stata: *What will change everything? What game-changing scientific ideas and developments do you expect to live to see?* Le risposte degli interpellati, un centinaio circa, sono online su edge.org, naturalmente.

Allo stesso modo, ogni anno pone una domanda a un gruppo più ristretto (una trentina di intervistati), raccoglie le risposte e confeziona un libro, il suo primo dell'anno. Il prodotto del 2009 ha come titolo *What have you changed your mind about? Today's Leading Mind Rethink Everything*.

L'operazione non è proprio originale: la collana Saggi Tascabili Laterza, nata nel 1974, è costituita proprio da libri-intervista di uscita annuale (anche se ultimamente si pubblicano più titoli all'anno), che uniscono l'attrattiva di un argomento di attualità a quella del grande nome, il tutto senza richiedere un impegno eccessivo all'autore: in fondo rispondere a un'intervista non è proprio come scrivere un libro.

E così fa Brockman: lui è l'autore in copertina ma sono i grossi nomi degli intervistati che tirano sul mercato.



8. Rivoluzione ecologica

Nel 1997 John Brockman dichiara di voler essere il primo imprenditore ad avere un ufficio privo di carta: niente stampe, niente posta, niente plichi di manoscritti, nessun faldone strabordante di incartamenti. La rivoluzione digitale discussa con i digerati deve avere come conseguenza anche il risparmio di tempo e denaro – e naturalmente di carta.

La reazione di autori, editori e colleghi non è unanime: qualcuno è contento di non dover più maneggiare chili di carta, altri non si trovano ancora a loro agio con email. Ma il mercato è dalla parte di Brockman: il taglio dei costi portato da questo nuovo modo di lavorare è irresistibile. Il risparmio nella stampa e nelle spese postali per la vendita di una singola proposta sui mercati esteri (Europa e Asia) può superare i mille dollari. E la proposta può essere inviata nello stesso istante, con un semplice click, a più potenziali acquirenti in tutto il mondo: anche l'offerta si è globalizzata. In questo modo Brockman riesce a vendere in pochi giorni i diritti di un romanzo in ben nove paesi senza nemmeno tirare fuori un centesimo per pagare agenti e intermediari locali.

Poco dopo, nel cuore della Silicon Valley, fonda il *RightsCenter*, un sito che può essere usato da editori, agenti, editor e scrittori in tutto il mondo, finanziato da chiunque sia disposto a pagare qualche centinaio di dollari per avere online il proprio materiale. Brockman vede nel *RightsCenter* un futuro eBay dei diritti d'autore. Se le cose andranno come pensa, ancora una volta egli vedrà soddisfatti i suoi tre bisogni fondamentali; avrà molti soldi, sarà al centro dell'attenzione e molta gente ce l'avrà con lui, perché deterrà una sorta di monopolio che costringerà a usare il suo sito anche chi vorrebbe non avere alcun contatto con lui.

(C'è da dire che per fare affari Brockman è disposto a rinunciare a suoi principi: se ha di fronte un editore che vuole trattare alla vecchia maniera, e se ne vale la pena economicamente, ecco che anche nel suo ufficio *paperless* salta fuori una stampante che sforna manoscritti spediti per posta tradizionale.)

Brockman crede nel RightsCenter perché è conforme alla sua idea di progresso: «Il nuovo è ciò che non c'era. Il progresso non è ciò che verrà, ma la negazione di ciò che è stato. Noi siamo giusto all'intersezione tra l'empirico e l'epistemologico. E io voglio galleggiare su questo confine.»

[26]



Oggi, all'inizio del 2009, il sito sembra trattare principalmente la vendita di diritti di libri ai fini di produzioni cinematografiche e televisive: forse il desiderio di Brockman non si è del tutto avverato, forse i suoi tre bisogni fondamentali non sono stati del tutto soddisfatti – oppure il tutto è mascherato molto bene per non far insospettire chi, appunto, con lui non vuol avere niente a che fare.

Capitolo 4

Esportare lo stile Brockman? Italia e Spagna

1. È la scienza bellezza!

Ci sono tante materie scientifiche che si studiano a scuola e che si possono poi approfondire all'università; qualcuno riesce anche a fare ricerca nella sua scienza preferita: fisica, matematica, chimica, biologia e così via, tutte discipline che si intersecano e fanno parte della grande rete del mondo.

Perché parlare di scienza è un modo per parlare della vita, tentare di dare risposte alle molte domande che l'uomo si pone nel corso della sua esistenza. E di solito non sono domande semplici, dunque è difficile trovare il modo per arrivare a offrire ipotesi plausibili: molte volte, una risposta “giusta” non c'è.

Se la scuola è il primo luogo in cui ci avviciniamo alla scienza, non possiamo certo dimenticare i musei, i parchi, e per chi non ha la possibilità di viaggiare, i documentari offerti dalla televisione, i giornali, le riviste – e i libri. Molti dei libri che Brockman ha venduto hanno fatto il giro del mondo, sono arrivati a milioni di persone di diverse lingue e culture, e forse hanno dato seguito a qualcosa che era già nell'aria: una rivoluzione nel modo di vedere e di comunicare la scienza che oggi è sotto i nostri occhi.

La scienza è finita sulle prime pagine, e oggi non c'è quotidiano nel mondo che non abbia un inserto dedicato, non c'è settimanale che non riservi almeno un pezzo a un argomento scientifico. E se la carta stampata è in crisi lo stesso non si può dire per il web, dove la tecnologia ha dato nuovi canali a chi vuole parlare di scienza. Blog, podcast, video: dal laboratorio del ricercatore alla teca dell'appassionato passando per i siti di *Nature* e *Science*, oggi con internet tutti possono leggere e discutere di scienza.

Tornando ai libri, lo stile Brockman si è rivelato un'arma vincente: chi altri avrebbe saputo portare la teoria delle stringhe ai party più chic? Ogni suo libro è stato legato a un evento, non solo mediatico ma anche mondano. E così, seguendo l'aforisma di Wilde per cui al mondo c'è una sola cosa peggiore del far parlare di sé: il non far parlare di sé, John Brockman riesce a dare visibilità a sé e ai suoi autori, con il risultato di arricchirsi (e arricchirli, in non pochi casi), vendere libri e diffondere la cultura scientifica.

Certo con le sue amicizie e i suoi mezzi è stato piuttosto facile ottenere il successo planetario, ma la sua strada, anche se in piccolo, è stata battuta anche da noi. Forse per le nostre caratteristiche nazionali, per ora abbiamo preso solo l'aspetto più ludico e mondano dello stile Brockman. In Italia, infatti, hanno avuto un successo clamoroso i festival scientifici: dopo Genova, il primo e più importante, sono nati omologhi a Bergamo, Roma e Perugia, solo per citare i maggiori – un turbinio di appuntamenti in cui, tra uno spettacolo di bolle di sapone e la chimica dei fuochi d'artificio, si

riesce anche a seguire una conferenza, ad assistere alla presentazione di un libro divulgativo, a prendere il caffè con scienziati e scrittori di scienza.

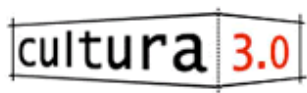
Insomma, è innegabile che il modello Brockman abbia smosso un po' le acque. Anche nel campo editoriale: guardiamo per esempio a una recente opera pubblicata da Marsilio, *Idea di natura*, in cui tredici tra i maggiori esponenti della scienza italiana offrono al lettore le loro personali riflessioni sui grandi temi di attualità scientifica, guidati da un giornalista e introdotti, naturalmente, da un politico. Il format è proprio quello del nostro: lui forse non avrebbe coinvolto il politico, ma in Italia non poteva mancare.

2. La Spagna

In Spagna il suo modello ha avuto decisamente più seguito: il 19 novembre 2008 è stato presentato ufficialmente a Madrid il nuovo sito *cultura 3.0- Tercera Cultura*, evento che ha ottenuto grande successo e che è stato ripreso nella pagina scientifica del quotidiano *El Mundo*.

I fondatori di questa piattaforma si rifanno apertamente a *edge*: sono quasi una ventina tra giornalisti, filosofi, scrittori (tra cui il più noto, o almeno noto anche in Italia, è Fernando Savater), accademici e i direttori dei musei scientifici di Madrid e Valencia: personaggi che con il loro lavoro possono cambiare il modo di fare, vedere e comunicare la scienza.

Secondo le dichiarazioni ufficiali, l'intento di questa iniziativa è fondare un movimento basato su una nuova forma di percezione della cultura, e di promuoverla come un veicolo per lo sviluppo del giudizio critico in Spagna. Sempre più spesso, infatti, si incontrano persone che sono disposte a imparare, a liberarsi delle superstizioni e dei dogmi che riducono i loro campi di azione personale e sociale, perché la democrazia funziona solo con cittadini in grado di formulare un pensiero critico. Citando lo scrittore Arturo Perez-Reverte «una società in mano ad analfabeti senza vergogna» non potrà mai essere democratica.



"La juventud de un ser no se mide por los años que tiene,
sí no por la curiosidad que almacena."
- Salvador Pániker

Una delle differenze principali rispetto al modello americano è che questa piattaforma è assolutamente no-profit, è slegata da qualsiasi attività di marketing che si può invece trovare in *edge* (dove il fondatore pubblicizza i suoi prodotti) ed è inoltre creata con Wordpress, un programma per la pubblicazione di blog assolutamente gratuito.

Gli spagnoli hanno preso sul serio la questione culturale e, rifacendosi a Dawkins (cliente di John Brockman, per inciso) e al suo *Il gene egoista*, sostengono che la civiltà è il concetto globale mentre le culture sono le azioni locali. In altre parole, la civiltà è la meta e ogni cultura è il mezzo per raggiungerla. Le culture funzionano come i fenotipi, ovvero le manifestazioni visibili dei genotipi in

un determinato ambiente, e come qualunque manifestazione tendono a invecchiare e ad assumere un carattere conservatore. Le culture hanno anche una componente memetica (elementi di comportamento o culturali che si trasmettono per imitazione) che, essendo slegati dalla normale trasmissione genetica, contengono un forte senso di sopravvivenza e autodifesa che le spinge a rifiutare i cambiamenti. Quando smettono di essere competitive in termini evolutivi, le culture cambiano o scompaiono.

Così come Brockman cita le due culture di Snow, gli spagnoli fanno un'analisi di tre tipi di cultura che qui vengono raccolte in tre grandi blocchi: la prima è quella del misticismo, della superstizione, che sta agli albori del concetto di religione e che dovrebbe rispondere alle grandi domande dell'uomo (chi sono, perché sono qui e perché accade quel che accade) basandosi su assunti come le divinità, lo spirito, l'incomprensibile. È una cultura che parte dai limiti della conoscenza, che ebbe inizio con *Homo sapiens* e che perdura ancora oggi. In quanto meme, è antievoluzionista e conservatrice.

La seconda cultura viene definita come quella dei cosiddetti intellettuali umanisti attivi nel XIX secolo, che tentarono di rispondere alle grandi domande con la pseudoscienza e un quasi arrogante senso di superiorità, che li portò alla fine allo stesso conservatorismo dei loro predecessori, gravati in più dalla certezza di possedere le verità assolute e da una certa intolleranza: questo tipo di intellettuali esiste ancora in diversi ambiti e paesi.

La terza cultura sarebbe invece quella della scienza, che differisce dalle precedenti per la semplice caratteristica di non accettare verità assolute. Questo non significa che non accetti verità oggettive, che sono il punto di partenza da cui poter progredire e avanzare fino a raggiungere la capacità forse più importante: la formulazione del giudizio critico. Questo tipo di cultura si manifesta con la crescente accettazione da parte del popolo delle opere scientifiche e umanistiche possibiliste rispetto a svariati ambiti culturali: dall'arte all'educazione e alla politica, dallo sviluppo alla protezione dell'ambiente, il tutto con verità talvolta scomode ma assolutamente prive di interessi economici.

La terza cultura è quella del popolo, che non richiede intermediari, mistici o intellettuali, ma che dà la possibilità a chiunque di rispondere alle grandi domande di sempre.

È la scienza l'anti-meme, perché non contempla le restrizioni basate sui pregiudizi create nelle tappe precedenti, dalle supremazie, dalle etnie, dalle singole identità. La scienza tollera punti di vista divergenti mentre segna le vere frontiere di ciò che si può affermare e di ciò che si può scartare in termini empirici, basandosi su esperimenti replicabili. La scienza non è una teoria come le altre: rappresenta il punto misurabile della conoscenza plausibile secondo il tempo e lo spazio esistenziale dell'uomo, mantenendosi aperta alle correzioni, ai cambiamenti, al progresso evolutivo.

Nella presentazione del sito è citato il saggio *L'ossessione antiamericana* di Jean-François Revel, un intellettuale francese scomparso nel 2006, dove si afferma che mentre “prima” l’intelligenza era una proprietà di pochi che ne detenevano il monopolio e la controllavano per raggiungere i propri scopi, oggi la terza cultura include tutte le persone disposte a prendere parte nel processo evolutivo dell’intelligenza umana, in cui nessuno detiene il monopolio.

Tutto ciò accade in Spagna, per motivi sicuramente legati al momento storico che il Paese sta vivendo: la vita è cambiata molto negli ultimi anni, con il governo Zapatero che, nonostante la monarchia e una grossa componente conservatrice della società, è riuscito a toccare i tasti giusti nella popolazione, o almeno i tasti della cultura, portando nuovi stimoli, dando a intendere che c’è la possibilità di fare qualcosa di nuovo, di cambiare le cose: «Sí, lo podemos».

E ciò che accade in Spagna sarebbe auspicabile anche in Italia, perché è vero che la scienza e il pensiero critico purtroppo sono poco presenti, quando non del tutto assenti, dalla scena sociale e politica: non si può prescindere dalla scienza per comprendere a fondo molte delle questioni che riguardano la nostra nazione.

Conclusioni. È davvero merito suo?

Una breve analisi di questo tipo non permette di rispondere con certezza alla domanda: è stato John Brockman a influenzare la circolazione delle idee scientifiche nel mondo? Molto tempo e molte altre risorse si potrebbero dedicare per tentare di capire a fondo il ruolo che quest'uomo ha avuto in un campo così peculiare qual è la diffusione della scienza. Lui l'ha iniziata con i libri e l'ha continuata sul web, adattandosi, evolvendosi, facendosi realmente parte del progresso tecnologico e culturale di questi anni.

La molla della curiosità di Brockman, che si spiega bene in *Menti curiose*, fa capire il modo da lui concepito di avvicinarsi alla scienza e ne rivela in parte il successo che ha ottenuto a livello globale. In questo libro si raccontano le esperienze di eminenti scienziati scritte in modo spontaneo, narrativo e accessibile, e che soprattutto non richiedono alcuna preparazione scientifica: con un approccio di questo tipo è facile per chiunque leggere e interessarsi alla scienza, smettere di temere la fisica delle particelle o il complesso lavoro dei neuroni. Affrontare la scienza con lo spirito che ha divulgato John Brockman diventa quasi semplice come leggere le pagine sportive, fa sì che gli inserti scientifici non vengano saltati a piè pari, allena la mente a riconoscere le cose perché risveglia le informazioni che si sono via via sedimentate nel nostro cervello.

Non si può negare che la sua abilità nel marketing e nella gestione degli affari gli abbia dato una fama quasi da avaro ma come lui stesso dice: «*Edge* è una fondazione no-profit e fin dagli inizi con il *Reality club*, meno del 30% delle persone che vi gravitano intorno sono miei clienti. Allo stesso modo più dell'80% dei miei clienti non hanno niente a che vedere con *edge*. In realtà non è un modo per fare affari, ma è un modo per starne alla larga.» E dopo queste dichiarazioni gli si può persino perdonare il fatto di promuovere su *edge* le opere fotografiche di sua moglie Katinka Matson, alla quale come abbiamo visto, deve molto.

Sicuramente ha assunto il ruolo di ispiratore di molte attività per tutti quelli che come lui credono nella scienza ma non hanno avuto le sue stesse possibilità e occasioni, e questo si può facilmente verificare dalla immensa rassegna stampa presente su *edge*, dove sono raccolti articoli che parlano di lui e del suo lavoro a partire dal 1965, e dove ogni quindici giorni circa, la colonna a destra riporta articoli presenti sulle maggiori testate internazionali che derivano da discussioni nate anche grazie ai suoi lavori: dall'Australia alla Germania, da *Wall Street Journal* a *El mundo*, dal *Newsweek* a *The Telegraph* in un viaggio che attraversa le redazioni più prestigiose sparse sul pianeta.

Non mi stupirei di scoprire che anche la *TED conference* (*Technology, Entertainment and Design*) sia stata ispirata da John Brockman, soprattutto leggendo la *mission* ("idee degne di essere diffuse") e lo spirito open dell'evento (conferenze scaricabili gratuitamente dal web).

Sicuramente lo possiamo ringraziare per aver dato alle stampe dei capolavori di divulgazione che voglio credere abbiano contribuito a migliorare il livello culturale, a innescare qualche curiosità in più, a far sì che l'uomo continui a porsi delle domande senza attendere passivamente delle risposte da chi non ha l'autorità per darle, a mettere in moto un cervello assopito perché colpito da troppe informazioni. Quello che è ha realizzato finora ha fatto senz'altro bene al suo conto in banca, e a quello dei suoi autori, cosa che infatti decreta il suo successo di imprenditore, ma anche se la maggior parte della gente non sa chi sia John Brockman – e quelli che lo conoscono non lo sopportano – ritengo che il suo lavoro culturale sia più che degno di essere ricordato.

Appendici

A. Tabella Aie

Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2008.



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

1. Andamento del mercato editoriale a prezzo di copertina

Valori in euro e in percentuale

	2005		2006		2007	
	Euro	%	Euro	%	Euro	%
Libreria¹	1.034.000.000	77,2%	1.043.300.000	75,7%	1.048.000.000	+0,5%
Iper e supermercati²	226.800.000	16,9%	246.100.000	17,9%	258.400.000	+5,0%
Edicola³	20.500.000	1,5%	16.500.000	1,2%	18.500.000	+12,1%
Altre forme di vendita al dettaglio	18.380.000	1,4%	19.350.000	1,4%	19.756.000	+2,1%
Librerie on line e vendite tramite Internet*	40.110.000	3,0%	52.062.000	3,8%	71.300.000	+36,9%
[a] Totale	1.339.790.000	100,0%	1.377.312.000	100,0%	1.415.956.000	
		+2,8%		+2,8%		+2,8%
[b] Libri scolastici di adozione⁵	696.000.000		705.510.000		716.280.000	+1,5%
		+1,8%		+1,4%		+1,5%
[c] Libri venduti in bookshop museali	21.900.000		25.360.000		28.438.000	+12,1%
		15,3%		15,8%		12,1%
[a+b+c] Totale	2.057.690.000		2.108.182.000		2.160.674.000	
		+2,6%		+2,4%		+2,5%
Rateale	315.000.000		308.385.000		311.777.000	+1,1%
Vendite per corrispondenza	145.000.000		140.650.000		143.182.000	+1,8%
Book club	81.500.000		82.478.000		83.303.000	+1,0%
Vendite dirette a biblioteche (b2b)	65.500.000		54.300.000		50.230.000	-7,5%
Export di libri italiani all'estero	39.491.000		39.925.000		40.730.000	+2,0%
[d] Totale	646.491.000		625.738.000		629.222.000	
		-1,7%		-3,2%		+0,6%
Collezionabili: fascicoli in edicola	342.300.000		307.043.000		293.226.000	-4,5%
Editoria elettronica (cd-rom, Dvd rom)	326.500.000		336.948.000		330.458.000	-1,9%
Editoria elettronica: banche dati	51.000.000		60.537.000		69.618.000	+15,0%
Libri usati a metà prezzo	76.500.000		78.150.000		79.790.000	+2,1%
Non book	33.000.000		35.376.000		38.206.000	+8,0%
Ricavi e vendite per iniziative speciali (b2b)	114.950.000		118.000.000		101.000.000	-14,4%
[e] Totale	944.250.000		936.054.000		912.298.000	-2,5%
		-2,6%		-0,9%		-2,5%
[a+b+c+d+e] Totale	3.648.431.000		3.669.974.000		3.702.194.000	
		+0,4%		+0,6%		+0,9%
Collaterali (libri)⁶	275.700.00		233.100.000		221.500.000	
				-15,5%		-5,0%

¹ Esclusi libri scolastici di adozione

² Banco libri di supermercati e grandi magazzini

³ Escluse le vendite collaterali e di collezionabili

⁴ Vendite da parte delle librerie on line italiane. Non si considera la spesa di clienti italiani per acquisto di libri da librerie on line straniere.

⁵ In librerie e cartolibrerie, dirette

⁶ Valori forniti da Fieg, su dati relativi a 53 quotidiani. Il dato si riferisce alle sole vendite di libri (330,5 nel 2004). Si è ritenuto da quest'anno di utilizzare questo dato anziché le stime fatte in precedenti

Fonte: Ufficio studi Aie

B. Un invito a un party Brockman

Dal sito <http://valleywag.gawker.com/155629/tech/walt-mossberg/john-brockman-invites-google-triumvirate-to-dinner>, ho trovato questo significativo invito del 2006: per capire lo stile Brockman.

Dear XXXX,

JOHN BROCKMAN & KATINKA MATSON

invite you to the annual Edge Foundation, Inc. "Billionaires' Dinner" in Monterey.

DATE: Thursday, February 23

TIME: 7:45 pm

PLACE: Cibo

301 Alvarado Street, Monterey

(831) 649-8151

(diagonally across the street from the Conference Center)

INVITATION LIST

Chris Anderson/Wired

Paula Apsell

Jeff & Mackenzie Bezos

Adam Bly, SEED

Stewart Brand & Ryan Phelan

Sergey Brin

Rod Brooks

Daniel C. Dennett

Dan Dubno

George Dyson

Juan Enriquez

Neil Gershenfeld

Brian Greene & Tracy Day

Danny & Pati Hillis

Salar Kamangar

Walt Mossberg
Larry Page
Lori Park
Lisa Randall
Eric Schmidt
Michael Shermer
Megan Smith
Cliff Stoll
Kara Swisher
Craig Venter

We are aiming a a discreet, selective dinner with a limit of 35 people. No guests, please, other than significant others. And please keep the buzz down.

Hope to see you!

Best,

JB

rsvp: [-----]@edge.org

C. Le domande che non gli ho fatto, le risposte che non mi ha dato

1. **JB.** Prima di tutto mi piacerebbe sapere come si definisce: qual è il mestiere di John Brockman?

Non amo troppo le etichette, infatti non ho fatto scrivere nulla neppure sul mio biglietto da visita. Sono John Brockman. Ho avuto la fortuna di incontrare persone che hanno permesso di realizzare le idee strampalate che avevo in testa. Sono partito dal basso e ho trovato la strada per arrivare in cima. Forse mediatore è la parola che mi descrive meglio, perché per trattare con le persone credo ci voglia molta sensibilità e un po' di psicologia: poi, grazie a quello che ho imparato al mercato dei fiori e all'MBA sono riuscito a trovare il modo di guadagnare facendo da intermediario negli affari tra due soggetti, nel mio caso tra uno scrittore e un editore.

2. **Archimede.** Qual è stato l'evento che lo ha spinto a passare dall'arte alla scienza e perché proprio la scienza? Da chi o da cosa è stato influenzato?

Sono sempre stato attratto da ogni forma di creatività umana che si esprime nei modi più svariati. Dopo le esperienze concrete di formazione economica mi sono trovato a condividere la mia esistenza con artisti e a organizzare eventi per promuovere la loro attività. Ma in fondo anche la scienza è un'arte e il passaggio è stato naturale. Un ricercatore è un creativo per forza: avere le idee, saperle realizzare e interpretare è quello che offre la possibilità all'uomo di progredire. Sono convinto che questa idea sia sempre stata dentro di me e che il corso degli eventi e la casualità abbiano dato la spinta, mi abbiano fatto avere il primo contratto e mi abbiano fatto realizzare quello che non pensavo nemmeno io di poter fare.

3. **Scouting.** Come ha trovato gli autori che lo hanno portato al successo mondiale?

Ritorno al discorso del caso: nella vita capita di trovarsi nel posto giusto al momento giusto, e così ho iniziato io, trovando i primi autori. Poi, una volta fatti i primi passi nell'ambiente scientifico ho deciso come muovermi e sono andato letteralmente a caccia di idee come fa un qualunque talent scout: definito il proprio campo d'azione è facile muoversi. Università, seminari, convegni, incontri e soprattutto tante chiacchiere con amici, e amici di amici, per allargare sempre di più il giro delle conoscenze di modo da crearsi un'agenda che offra un nome per qualunque esigenza.

4. **Scelte.** Con quale criterio decide chi e cosa pubblicare? Con chi si consulta?

Un po' come nel giornalismo, anche per i libri di scienza è opportuno stare sulla notizia. Il mio lavoro mi obbliga a una rassegna stampa che non si limita naturalmente a quanto accade nelle mie

immediate vicinanze ma riguarda i lavori scientifici, gli episodi, la politica e la cultura globale. Quando sento che si inizia a parlare di qualche nuovo argomento, quando sulle agende dei politici compaiono nuove cose o il momento è buono per farcele comparire, ecco che è giunta l'ora di consultare la mia rubrica e di iniziare a progettare un nuovo libro; o almeno così facevo all'inizio. Oggi ricevo tante proposte che da solo non posso gestire: infatti sia mio figlio sia mia moglie, oltre a una selezionata schiera di collaboratori, mi aiutano a essere informato su quello che accade e a vagliare i manoscritti che arrivano (rigorosamente per via elettronica) alla mia agenzia.

5. Numeri. Quanti manoscritti vede e quanti ne pubblica all'anno?

Con l'avvento della terza cultura e di internet tutti possono dire la loro e comunicare in tempo reale le proprie idee. Il numero di proposte è legato ai momenti: per esempio, quando scoppiò il caso Dolly venni letteralmente inondato da progetti di libri sulla clonazione. Il mercato però non può accettare più di certo numero di libri all'anno di divulgazione scientifica, poiché è un segmento così particolare che si satura molto in fretta. Parlando di numeri comunque posso darle gli ordini di grandezza: le proposte che ricevo in un anno sono un numero a tre zeri, quelle che pubblico hanno uno zero solo.



6. In & Out. Quale considera il suo primo successo e perché; quali invece considera finora il più grande successo e il più grande flop e perché.

Penso che *L'universo elegante* di Brian Greene sia stato "il" successo perché è stato pubblicato in un momento storico, nel passaggio da un secolo all'altro, quando le menti sono più ricettive, quando anche l'uomo più comune si fa le grandi domande. E la teoria delle stringhe, così ben illustrata da Greene, è stata una porta che si è aperta davanti a molti che cercavano le risposte. È invece difficile identificare il flop perché alcuni libri che sono andati benissimo sui mercati di lingua inglese poi non hanno avuto lo stesso successo in altri paesi, tuttavia non lo ritengo dovuto a un fattore di traduzione ma ai diversi momenti socioculturali che ogni paese vive, nonostante la globalizzazione. Sicuramente ho fatto fiasco con il fisico Murray Gell-Mann: il premio Nobel non è sempre una garanzia, infatti mi ha fatto perdere un sacco di affari, anche se poi mi sono ampiamente rifatto.

7. **Responsabilità.** I suoi libri hanno influenzato la circolazione delle idee scientifiche nel mondo. Come si sente a proposito?

Penso di avere fatto un ottimo lavoro, ma la responsabilità non è mia: io ho solo dato il microfono a chi aveva qualcosa da dire. Ho solo messo a disposizione i mezzi per diffondere un pensiero che condivido ampiamente e che da solo non sono in grado di far arrivare alla gente. Sono contento quando leggo che la scienza è tornata in prima pagina, che i giovani sono di nuovo interessati a fare scienza, che emergono sempre nuove attività (eventi, mostre, format comunicativi) in cui la scienza è protagonista. E ben venga se traggono ispirazione, dichiarata o meno, dal lavoro che ho fatto finora: la copia è sintomo di successo.

8. **I contatti che contano.** Meglio un salotto virtuale o un salotto reale?

Nella mia vita ho capito poche cose ma una di queste è che l'amicizia è un valore fondamentale. E occorre coltivarla sempre: quando si può in modo vero, cioè vedendosi e incontrandosi di persona, parlando delle cose, anche le più assurde, perché è così che nascono le idee. E quando non si può, vuoi per la distanza o per altri mille motivi, allora bisogna trovare dei modi alternativi per continuare a frequentarsi e a discutere. *Edge* è nato anche per questo motivo, per continuare a parlare anche quando non si può bere un caffè insieme. Il salotto reale però ha innumerevoli vantaggi: innanzitutto è più divertente, e poi si sa che con un bicchiere di vino in mano anche il più distaccato dei cattedratici diventa una persona normale con cui scherzare. Credo che nulla potrà sostituire i party classici che infatti continuo a organizzare e che regalano momenti di ilarità, immagini che fanno il giro del mondo, pubblicità e contatti che altrimenti è difficile se non impossibile concretizzare.

9. **Non solo libri.** Quanto è importante affiancare un evento culturale al libro?

La pubblicità è l'anima del commercio, anche di quello culturale. E se il vernissage di un'artista in una galleria è normale, perché non dovrebbe essere lo stesso per i libri di scienza?

Viviamo in una società che ci impone così tanti stimoli che non è facile scegliere, bisogna cercare il modo più semplice e diretto per arrivare alla gente, e allo stesso tempo per fare notizia, per essere conosciuti e riconosciuti. Affiancare eventi che apparentemente non hanno nulla a che vedere con un libro è un modo per far parlare del libro. Ma soprattutto è un modo per far parlare la gente comune di cose che sono spesso ritenute argomenti difficili o impraticabili da chi non sia un esperto del settore.

10. La Cina è vicina. Ha rapporti con il mercato cinese?

Mio figlio si sta occupando già da alcuni anni dei rapporti con il mercato asiatico in generale, tuttavia il caso cinese è molto particolare perché la situazione politica è tale al momento da impedire purtroppo la libera circolazione delle idee, le persone non hanno ancora la possibilità di entrare nella terza cultura ma ci stiamo avvicinando sempre di più a quel momento, e questo accade grazie alla rete.

11. Crisi economica. Quanto influenzerà il mondo culturale la crisi economica che ci ha investito?

Come la storia insegna anche questo momento passerà, e credo che accadrà molto presto. Sono ottimista perché sto vedendo molti cambiamenti sotto i miei occhi qui negli Stati Uniti. Credo che come ogni crisi anche questa porterà nuovi stimoli in campo culturale: il fermento per ora è nascosto, ma prevedo intensa attività e idee nuove che si realizzeranno nei prossimi cinque anni.

12. Diritti. Nella società digitale della condivisione c'è un gran fermento anche per i libri (26th story- Harper studio). Pubblicare senza agenti (e senza diritti), libri sull'iphone: cosa pensa del digital rights management?

A ottobre Google ha convinto autori ed editori a cedere i diritti per il suo progetto di digitalizzazione di libri in Google books. Anche la causa che gli era stata intentata per violazione dei copyright è stata ritirata. Se vogliamo stare al passo con i tempi dobbiamo abituarci all'idea che il mercato è cambiato e che la gente oggi vuole tutto e possibilmente gratis. Non è sicuramente facile gestire i diritti di un file che le persone si possono scambiare con un clic tra New York e Sidney, per questo credo che ci vorrà un gran lavoro congiunto di tutti quelli che operano nel settore per giungere ad accordi soddisfacenti che tutelino in primo luogo gli autori. Per quanto riguarda la possibilità di leggere libri sull'iphone, o su altri tipi di apparecchi, ben vengano: sono sempre stato favorevole alla diffusione della cultura, l'importante è che la gente legga.

13. Evoluzione. Cosa succederà al prodotto libro in una società dove si legge sempre meno?

Come dicevo anche prima, la società ci bombarda letteralmente di informazioni che non è semplice gestire. Si legge sempre meno ed è sicuramente cambiato anche il modo di farlo. Non credo sia già diffuso in Italia ma negli Stati Uniti Amazon offre ai suoi clienti il *kindle*, un lettore portatile su cui scaricare i libri acquistati online e che si può leggere ovunque, senza il bisogno di un computer o altro. Con *kindle*, a quanto dicono, si possono anche prendere appunti sulle pagine che ci interessano, sembra che l'unica cosa che non si possa fare sono le orecchie alle pagine.

14. Da agente a editore. Quale sarà il prossimo passo di John Brockman?

Come ogni dieci anni mi sono inventato e reinventato adesso è giunto il momento di fare un altro cambiamento. Forse proprio perché sento che le cose stanno cambiando e che il modo di fare libri cambierà, lascerò mio figlio a occuparsi di autori ed editori e mi dedicherò a progetti che riguardano la mia sfera privata. E che consegnerò ai posteri sotto forma di libro naturalmente.

Fonti: collage di citazioni da interviste e articoli, tutti presenti in bibliografia.

Fonti

- [1] AA.VV. *Italiamerica. L'editoria*. A cura di Emanuela Scarpellini, Jeffrey T. Schnapp. Il saggiatore-Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 2008, pp. 224.
- [2] Aie, *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*. Scaricabile dal sito www.aie.it
- [3] Aie, *Sintesi del libro bianco*. Scaricabile dal sito www.aie.it.
- [4] Beccaria Gabriele, *Costruiamo il futuro con idee folli*. La Stampa, 22 novembre 2005.
- [5] Biagi Dario, *Il dio di carta. Vita di Erich Linder*. Avagliano, 2007, pp. 204.
- [6] Bignardi Irene, *A che serve? Il lettore è una specie in estinzione*. La Repubblica, 29 settembre 1988.
- [7] Brockman John, *Digerati. Dialoghi con gli artefici della nuova frontiera elettronica*. Garzanti, 1997, pp. 334.
- [8] Brockman John, *La terza cultura. Le nuove rivoluzioni scientifiche*. Garzanti, 1995, pp. 380.
- [9] Brockman John, *Menti curiose. Come un ragazzo diventa uno scienziato*. Codice edizioni, 2005, pp. 227.
- [10] Campbell Paul, *PW talks with John Brockman*. Publishers Weekly, 3 novembre 2002.
- [11] Cavalli Settimio Paolo, Fioretti Giuseppe, *Come si fa l'editore*. Editrice bibliografica, 1995, pp. 216.
- [12] Clerici Gianni, *Erich Linder, una vita tra i libri*. La Repubblica, 8 dicembre 2007.
- [13] De Papi Virginia, *L'agente letterario cambia e non si abbatte*. Corriere della Sera, 13 ottobre 2006.
- [14] Gelli Piero, *Francoforte, cinquant'anni di nostalgia*. Corriere della Sera, 7 ottobre 1998.
- [15] Gerbi Sandro, *Erich Linder, il mediatore che metteva paura agli editori*. Corriere della Sera, 4 aprile 2000.
- [16] Mauri Paolo, *Le tasche piene di oscar*. Repubblica, 30 dicembre 2004.
- [17] Medail Cesare, *Linder, un direttore all'hotel letteratura*. Corriere della Sera, 16 ottobre 2003.
- [18] Messina Dino, *Chiara e Donatella, rilancio dell'Ali al femminile*. Corriere della Sera, 25 luglio 2008.
- [19] Messina Dino, *Dietro il bestseller: "Io, correttore di Eco" Dal "Pendolo" all' "Isola del giorno prima" i retroscena di una colossale fabbrica di successi*. Corriere della Sera, 5 ottobre 1994.
- [20] Mistretta Enrico, *L'editoria. Un'industria dell'artigianato*. Il Mulino, 2002, pp. 158.
- [21] Obrist Hans Ulrich, *Brockman's taste for science or how to entertain the smartest people* (http://artnode.se/artorbit/issue4/i_brockman/i_brockman.html)
- [22] Pasti Daniela, *Andrew Wylie, il nostro agente speciale*. La Repubblica, 17 novembre 1990.

- [23] Russo Giovanni, *E Linder inventò l'agente letterario*. Corriere della Sera, 14 aprile 2008.
- [24] [s.a.] *Due signore per l'editoria*. La Repubblica, 25 luglio 2008.
- [25] Strata Piergiorgio, *Naturale non è sempre bello e salutare*. La Stampa, 29 ottobre 2008.
- [26] St. John Warren, *Agent Provocateur*. Wired, settembre 2005.
- [27] Wylie Andrew, *Come fabbricare best seller*. La Repubblica, 16 ottobre 2003.

Sitografia

aie.it

amazon.com

commons.wikimedia.org

corriere.it

dirittodautore.it

edge.org

fondazionemondadori.it

google.com

lastampa.it

laterza.it

marsilioeditori.it

nymag.com

repubblica.it

ted.com

terceracultura.net

Le immagini sono state scaricate dai siti indicati.

Ringraziamenti

Poche righe non sono sufficienti per esprimere quello che mi è stato dato nei due anni più intensi della mia vita: le persone che ho incontrato in questo percorso avranno il mio ringraziamento perenne perché sono stati non solo maestri ma anche amici.

Voglio ringraziare tutto il corpo docente e il personale amministrativo del Master in comunicazione della scienza della Sissa di Trieste.

Grazie a Luigi Civalleri, relatore d'eccellenza.

Grazie anche ai ragazzi dell'anno precedente e seguente il mio, con i quali c'è stata una buona intesa che spero continui e porti sempre buone notizie.

Grazie alla mia famiglia che mi ha dato l'opportunità di imbarcarmi in questa avventura, e grazie ai miei amici che hanno capito le mie assenze (fisiche e psicologiche) ma sono rimasti sempre vicini.

Grazie infine a tutti i miei compagni di corso che hanno reso questa esperienza unica.